

O novo processo de empresarização dos clubes de futebol no Brasil: elementos para uma análise crítica¹

Irlan Simões Santos²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

O presente artigo busca elencar os principais elementos para uma análise crítica acerca das propostas que impulsionam um novo processo de transformação dos clubes brasileiros do modelo de associação civil sem fins lucrativos para o modelo de sociedade empresária. O trabalho discute os conceitos mais básicos desse processo, aqui chamado de “empresarização”, cuja realidade global sugere a predominância do modelo de “sociedades anônimas”; depois faz uma análise da conjuntura brasileira ao nível da política institucional, apresentando os projetos de lei existentes; e por fim aponta a necessidade de uma abordagem de caráter crítico sobre o processo proposto, diante da realidade concreta vivenciada em outros países.

Palavras-chave

futebol; clube-empresa; sociedades anônimas; clubes; associações civis

Introdução

Desde meados de 2018 o universo do futebol brasileiro vem assistindo ao crescimento de discussões sobre “as S.A’s no futebol”, sigla que remete às “sociedades anônimas”, figura jurídica muito comum dentre os clubes de futebol pelo mundo. O termo “S.A” ocupou, nos últimos anos, o espaço deixado pelo dormente termo “clube-empresa”, muito utilizado no Brasil ao longo dos anos 1990. Um contexto histórico distante, mas passível de resgate, por exemplo, na relevante obra de Marcelo Proni (2000).

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pesquisador CAPES nível Doutorado pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e membro do Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte (Leme/Uerj). E-mail: iirlansimoes@gmail.com.

As novas reflexões e discussões sobre as “S.A’s do futebol”, portanto, resgatam uma memória de proposições sobre os benefícios da transformação “moral” e “profissional” dos clubes brasileiros. Essa transformação não deveria passar somente pela adoção de novas técnicas e métodos de gestão, a exemplo da contratação de profissionais gabaritados no mercado, ou da estruturação de um organograma capaz de criar um ambiente corporativo dentro de um clube. A “profissionalização” do futebol brasileiro deveria passar direta e invariavelmente pela conversão dos clubes do seu formato de “associação civil sem fins lucrativos” para uma figura de “sociedade empresária”.

Essa perspectiva endossou a formação de projetos de lei que buscaram dar novo texto ao que já existe dentro do ordenamento jurídico brasileiro referente ao futebol profissional de alto rendimento e aos clubes enquanto entidades básicas da prática esportiva. Portanto, mais do que a retomada de ideias que pareciam adormecidas, o país testemunha um verdadeiro movimento pela empresarização dos clubes, agregando variados atores políticos e econômicos, agitando distintos interesses.

O artigo que segue buscará levantar os elementos mais importantes dentro dessa discussão, atualizando para o contexto pelo qual passa o Brasil nessa virada de década. O objetivo é, primordialmente, dotar a discussão de um viés acadêmico independente, dada a preponderância das perspectivas mercadológicas no debate público sobre o tema. Tanto na grande imprensa esportiva, quanto nos círculos de debates realizados pelas mais diversas entidades e organizações, predominam leituras entusiasmadas e otimistas quanto ao processo de empresarização dos clubes. Cabe, portanto, uma abordagem crítica criteriosa sobre a atual estrutura político-econômica do futebol a nível global.

Começaremos o artigo explicando brevemente o processo de empresarização dos clubes, em outras palavras, a conversão do modelo jurídico das agremiações de associações civis sem fins lucrativos para o modelo de sociedade empresária. Atentaremos principalmente para o contexto histórico e característico dos países que promoveram a empresarização obrigatória dos seus clubes.

Posteriormente será discutido o “novo processo” da empresarização no Brasil, dado que esse momento ao qual nos referimos não é inédito, mas de atualização das premissas estabelecidas ainda nos anos 1990. Identificaremos os projetos existentes e suas origens, ressaltando algumas particularidades pertinentes.

Por fim, discutiremos sobre a importância de uma análise crítica sobre o tema da empresarização dos clubes, partindo da necessidade do estabelecimento de uma leitura independente àquela promovida pelos principais atores políticos atuantes sobre a matéria. Ressaltaremos também a necessidade de se apreciar as experiências reais de outros países como objeto de análise, dados os incontáveis conflitos e controvérsias ensejadas, sobretudo, pela entrega de clubes para entes privados.

Parte relevante do conteúdo aqui explorado tem como fonte os artigos compilados na obra “Clube Empresa: abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol” (SIMÕES SANTOS, 2020a).

Empresarização dos clubes

A escolha pelo termo “empresarização” é meramente funcional, buscando designar genericamente os inúmeros e distintos formatos possíveis e já existentes de conversão do modelo jurídico dos clubes, de “associação civil sem fins lucrativos” para um formato de “sociedade empresária”. Ou, como alguns casos exigem destacar, o processo de criação de uma empresa para o controle e gestão das atividades econômicas relacionadas ao futebol de determinado clube associativo.

Existem inúmeras estruturas possíveis para uma associação civil sem fins lucrativos, dada a autonomia dessas entidades, cuja produção se dá de acordo com a conjuntura interna ao seu quadro social. O caráter “sem fins lucrativos” se refere à impossibilidade, comumente previstas em lei, de distribuição de lucros e dividendos dessas organizações entre os seus associados. É dizer, o clube pode desenvolver uma atividade empresarial altamente lucrativa, mas não pode distribuir esses dividendos, sob a pena de se configurar uma atividade empresarial. Todo ganho deve ser revertido para a própria associação, seja como reserva ou como investimento.

É muito comum na crítica à empresarização, principalmente por parte de agrupamentos de torcedores, o uso do termo “privatização”, quando da entrega da propriedade de um clube para um ente privado. Como observa Lucía Ravecca (2020), em termos legais, clubes associativos também são “privados”, devido ao fato de serem “entidades de direito privado”, portanto, clubes não seriam entidades “públicas”, tampouco “estatais”. Deste modo é importante observar os termos utilizados, uma vez que, na letra da lei, mesmo clubes associativos sem fins lucrativos são entidades com proprietários, os seus sócios. O quadro associativo do clube, ou seja, o corpo de sócios

possuidores de direitos políticos dentro da associação, vai sempre depender da correlação de forças internas dessa associação, que detém a autonomia de estabelecer um estatuto social com o formato que lhe convier.

Do mesmo modo, há muitas formas possíveis de se estabelecer uma sociedade empresária no futebol, coexistindo diversos modelos em todo mundo. O tipo societário mais comum é o de “sociedade anônima”, por isso convém, dentro dos nossos objetivos, focar nesse modelo. A sociedade anônima é uma empresa formada por ações, pequenos pedaços de propriedade da empresa, que representam o seu capital social. A aquisição dessas quotas de ações pode ser feita por muitas pessoas ou empresas, que se estabelecem, assim, como acionistas. É comum às sociedades anônimas a adoção de regras que regulam a atuação dos acionistas, como o poder de voto na assembleia geral de acionistas. Em uma S.A, a participação acionária determina o peso do acionista nesses espaços de decisão cruciais para definir os rumos da empresa.

Muito se fala sobre a proeminência do modelo de empresa dos clubes europeus como fator de sucesso do futebol do velho continente, entretanto é importante observar que praticamente nenhum país europeu adotou uma lei que dava direito de escolha aos clubes. Nos principais países os foram invariavelmente obrigados a se converter em empresa, através do estabelecimento de leis ou normas internas ao futebol local que buscavam, cada qual ao seu tempo e à sua maneira, dotar a indústria do futebol de maior controle e equilíbrio financeiro (SIMÕES SANTOS, 2020b). O problema do endividamento, note-se, sempre esteve no cerne dos distintos processos de empresarização.

Como observa Luciano Motta (2020), das principais ligas de futebol do mundo, apenas a Inglaterra não precisou testemunhar um movimento legal que forçasse os clubes de futebol a adotarem o modelo empresarial. Segundo explica o autor, que é ligado à área do Direito, nos países de tradição anglo-saxã é comum que associações civis sem fins lucrativos responsabilizem seus associados por eventuais pendências financeiras. Motivo pelo qual desde o início do século XX os clubes ingleses já se constituíam enquanto empresa, (que dificilmente rendia lucro) em sua maioria “sociedades limitadas”

Em basicamente todos os outros países cujo futebol possui relevância social, os clubes esportivos persistiram enquanto associações civis sem fins lucrativos. Nos dois primeiros países relevantes a adotarem modelos empresariais para seus clubes – Itália

em 1981 e França em 1984 -, a prerrogativa era que essas sociedades empresárias também fossem guiadas por princípios não-lucrativos, obrigando seus proprietários ao reinvestimento na atividade esportiva, como destaca Frédéric Bolotny (2006). Ainda que dentro de características distintas - os modelos previstos, o papel da federação no impulsionamento das mudanças junto ao Estado, a autorização da coexistência da associação com a empresa na França, ou a característica familiar de controle dos clubes italianos -, podemos dizer que esses dois países foram os pontas-de-lança do processo de aquisição privada de clubes de futebol por grandes empresários ou grupos financeiros.

Dotada de uma cultura futebolística de forte tradição associativa, a Espanha também lidava com o problema de endividamento dos clubes, em especial com o Estado. Tal realidade motivou o debate sobre os rumos do futebol local, redundando na criação da Ley de Deportes em 1990, cujo princípio era, igualmente, dar “profissionalização” ao futebol local. Ferreira e Figols (2020) observam a concessão feita aos clubes que provassem a sua capacidade de honrar o refinanciamento das dívidas estabelecido, processo que permitiu que apenas Real Madrid, Barcelona, Athletic Bilbao e Osasuna pudessem estar livres da obrigação de adotar o modelo de “sociedade anónima deportiva” (SAD) – coisa que não fizeram até os dias atuais.

Nos clubes que foram obrigados a se converter em empresa, restou aos membros da futuramente extinta associação a prioridade na aquisição das primeiras quotas acionárias. Através do artigo de Moisés Sampedro Contreras (2020), presidente da associação Accionistas Unidos del Sevilla FC – que reúne os chamados “pequenos acionistas” (ex-sócios) do clube andaluz – podemos perceber como em certos clubes a conversão do modelo de associação para empresa não apenas interessou de imediato, como serviu de caminho ideal para a apropriação definitiva do clube por determinados sócios com relevância política e financeira. Os clubes caíram, já no primeiro momento, sob o controle de duas ou três famílias de destaque dos seus próprios quadro sociais, a exemplo da família Del Nido no Sevilla e da família Gil no Atlético de Madrid – ambas vinculadas historicamente à política espanhola (e entre si).

Diferentemente de Itália e França, os espanhóis já estabeleceram as SAD com finalidades lucrativas, ainda que na prática isso fosse raro, como veremos adiante. O modelo de SAD influenciou a criação de uma regulamentação semelhante em Portugal em 1996. Como destaca Fernando Borges (2020), entretanto, as associações portuguesas

não foram obrigadas a serem extintas, mas obrigadas a constituir uma sociedade anônima desportiva (SAD) para gerir o seu futebol profissional, podendo vender essas ações para sanear suas pendências financeiras e atrair investidores. Nos três principais clubes portugueses, Benfica, Porto e Sporting, as associações seguem como acionistas principais das SAD. Edgar Macedo e Rui Silva (2020) destacam que nos clubes menores do país, entretanto, os ditos investidores tomaram o controle da ampla maioria das SADs, com resultados desastrosos, a exemplo do próprio Clube de Futebol Os Belenenses, do qual são sócios e tratam no artigo em questão.

Há ainda o modelo paradigmático da Alemanha, onde a lei conhecida como 50+1, de 1998, não apenas desobrigou as associações de serem extintas, como limitou o acesso de entes privados ao capital da empresa obrigatoriamente criada para gerir o futebol dos clubes. A parte associativa do clube tem, desse modo, a obrigação de ser a dona da maior parte das ações (o que serve, na verdade, como mecanismo de proteção aos associados comuns). Como destaca Carles Viñas (2020), é esse “acordo tácito” alemão que provoca tantos movimentos de resistência a clubes que burlam ou driblam a regra 50+1, a exemplo de RB Leipzig e Hoffenheim. Esse modelo é inspiração para outros países, como Suécia, Noruega e Áustria.

Há ainda os casos relevantes para o contexto brasileiro, a exemplo de Chile, ocorrido em 2005, e Colômbia, iniciado em 2011 – esse último relativamente recente para auferimento de resultados financeiros concretos. O Chile também obrigou os clubes a instituírem suas SADPs, algumas em formato de concessão, como Colo Colo e Universidade de Chile, dois maiores clubes locais. Há casos onde a associação ainda coexiste como investidora, e há casos de clubes totalmente controlados por acionistas privados.

Percebe-se a imensa gama de possibilidades e rumos a serem tomados sobre o mesmo tema. De todo modo, os primeiros preceitos no Brasil já haviam sido lançados antes mesmos de alguns países europeus tomarem suas decisões.

Novo processo no Brasil

Uma das razões para a elaboração desse artigo é exatamente elucidar quanto à ausência de novidades com relação aos projetos de empresarização dos clubes brasileiros. Atualmente qualquer clube já pode adotar o modelo, e inclusive diversos

clubes em formatos de empresa já disputam as principais competições nacionais. A grande dúvida que paira sobre o público relacionado ao futebol é basicamente por conta da quase inexistência de casos concretos envolvendo os principais clubes do país. Dentre as 40 principais torcidas do país, apenas o EC Bahia e o EC Vitória chegaram a adotar o modelo de sociedade anônima, ainda na virada do século. Atualmente os dois clubes desativaram, respectivamente, a BA S.A e a Vitória S.A, resgatando o controle do futebol profissional para suas associações civis. Os resultados dos dois clubes foram esportivamente e financeiramente negativos, redundando no rebaixamento inédito e conjunto dos clubes baianos à Série C de 2006, com dívidas que perduram até os tempos atuais.

Outros clubes relevantes também experimentaram a cessão pontual da gestão do futebol profissional para empresas privadas, a exemplo do Figueirense, que também teve problemas em sua segunda oportunidade. A associação do clube buscou o rompimento com a empresa Elephant em setembro de 2019, diante de uma série de problemas de gestão, atraso de salários, não cumprimento de acordos e quase rebaixamento do clube para a Série C. O rival Avaí também experimentou um processo parecido de “terceirização” da gestão do seu futebol.

Por outro lado, são inúmeros os pequenos clubes em formato de empresa, como aqueles criados diretamente pelos seus então proprietários, como São Caetano, Grêmio Barueri/Prudente, Cuiabá; ou outros mais antigos e comprados, como Oeste-SP, Bragantino e Tombense. Há outras muitas experiências de gestões privadas em clubes menores, com concessão da exploração econômica do futebol do clube, o que não deve ser confundido exatamente com o processo de empresarização.

No plano da formulação de leis sobre o tema, também não estamos vivenciando nada de novo. Os primeiros movimentos de incentivo à empresarização vem da “Lei Zico” (Lei nº 8.672/1993), ainda no governo Itamar Franco (1992-1995), mas apenas cinco anos depois um projeto mais robusto foi apresentado, quando da “Lei Pelé” (Lei nº 9.615/1998), ainda no primeiro governo Fernando Henrique Cardoso (1995-1998). A Lei Pelé estabeleceu uma das três opções compulsórias, dentre as quais os clubes deveriam escolher qual adotar: 1) a transformação de todo o clube em sociedade anônima; 2) a separação e posterior empresarização do departamento de futebol; 3) a cessão da gestão e exploração econômica do futebol por uma empresa privada.

Como dito, a Lei Pelé possuía caráter obrigatório, e estipulou um prazo de dois anos para que os clubes adotassem e aplicassem as mudanças, medida que foi posteriormente estendida por mais tempo, e por fim revogada quanto ao seu caráter compulsório (Lei nº9.981/2000). Os clubes só adotariam algum dos modelos caso fosse de interesse de sua associação.

Como observa Marco Sirangelo (2020), o processo de empresarização impulsionado pela Lei Pelé encontrou dois problemas centrais para não “pegar” nos maiores clubes brasileiros, para muito além da falta de interesse das principais lideranças dessas associações. Primeiro que a Lei Pelé é aprovada em um período de grande investimento no futebol nacional, quando do processo das “parcerias” entre empresas privadas e os clubes, que muitas vezes extrapolavam a mera relação de patrocínio/financiamento, mas também estabeleciam participação direta dessas empresas nos direitos econômicos dos atletas. Desse modo, grupos financeiros privados se tornavam espécie de sócios dos clubes no processo de compra e venda de jogadores, buscando auferir ganhos nessa (em tese) lucrativa atividade. Foram os casos de Palmeiras/Parmalat, Corinthians/HMTF, Cruzeiro/HMTF, Flamengo/ISL, Grêmio/ISL, e alguns outros.

O segundo entrave para a empresarização efetiva dos clubes acontece na fase posterior ao boom das parcerias, que é uma grave crise cambial causada pela alteração da política de controle do preço do dólar, que se iniciou em 1999. Os “anos dourados” das parcerias, como afirma Sirangelo (2020), se encerrava com uma grave crise financeira que afetaria os clubes e deixaria marcas até os dias atuais. Dentro dos tantos problemas externos que afetaram o futebol, a supervalorização do dólar causou um aumento abrupto dos pagamentos dos honorários das principais estrelas do país, e por outro lado, em um verdadeiro êxodo de atletas. “No decorrer da primeira década do novo século, Palmeiras, Grêmio, Vasco, Corinthians (...) foram rebaixados”, observa Sirangelo (2020, p.237). Que prossegue: “Enquanto isso, seis dos oito títulos brasileiros disputados de 2001 e 2008 foram vencidos por clubes que não formalizaram acordos longos de parceria ao fim da década anterior”.

Desse modo, é possível entender a razão do “novo processo” de empresarização vir seguido de inúmeros debates sobre as condições tributárias deixadas de legado pela Lei Pelé, claramente menos vantajosas aos clubes-empresas se em comparação àqueles que permanecem como associações. Entretanto, essa é apenas uma das causas

existentes, uma vez que os casos concretos são poucos, o período foi atravessado por uma crise que basicamente interditou o debate, além da própria questão da política interna aos clubes.

No atual contexto (outubro de 2020), vale anotar a já aprovação do chamado “PL do Clube-empresa” (PL 5082/2016), do deputado Pedro Paulo (DEM/RJ), na Câmara dos Deputados. Esse projeto se baseou fortemente na argumentação da criação de um “ambiente mais favorável”, podemos dizer sedutor, para que os clubes finalmente optem pela conversão. Também usa com muita ênfase a situação financeira dos clubes brasileiros, sufocados por dívidas que superam seus faturamentos anuais na ordem de até 5 vezes. Um dos clubes que serviu de “case” foi o Botafogo Futebol e Regatas, cuja pretensão autônoma de elaborar um projeto de S.A foi central para impulsionar esse debate, dado o papel central das firmas de consultoria e escritórios de advocacia envolvidos no processo, mas também pelo papel de Rodrigo Maia (DEM/RJ), então presidente da Câmara e torcedor do Botafogo, que encampou a discussão.

Agora no Senado, o “PL do Clube-empresa” de Pedro Paulo está rivalizando com um segundo projeto, conhecido como “Lei das SAF” (PL 5516/2019), apresentado pelo Senador Rodrigo Pacheco (DEM/MG). Apesar do espírito dos dois projetos serem os mesmos, seus textos realmente são distintos. A “Lei das SAF” propõe a criação de um novo tipo jurídico no país, as “sociedades anônimas do futebol”, com regras e tributação específica (em tese) adequadas para o ambiente de negócios do futebol, algo que não consta no projeto de Pedro Paulo.

A parte curiosa dessa rivalidade é que o “PL do Clube-empresa”, em sua origem (PL 5082/2016), apresentado pelo ex-deputado Otávio Leite (PSDB/RJ), continha exatamente o conteúdo do atual projeto da “Lei das SAF” (PL 5516/2019) – a proposta de criar a sociedade anônima do futebol. O projeto serviu, entretanto, como atalho para Pedro Paulo, que utilizou a sua inscrição, mas apresentou um substitutivo que altera completamente o seu corpo, apresentando inúmeros outros pontos, como um novo regime de tributação sobre as associações, a mudança na legislação trabalhista que rege o trabalhador do futebol, a figura da recuperação judicial para os clubes de futebol que se tornarem empresas e demais pontos que, por uma questão de espaço do artigo, não poderão ser aprofundados.

Por uma análise crítica

Ainda que os projetos de lei possuam propostas distintas, o debate sobre a transformação dos clubes brasileiros em empresas acabou por ganhar grande espaço na tanto na grande imprensa esportiva, quanto nos círculos de debates realizados pelas mais diversas entidades e organizações. Predominam leituras entusiasmadas e otimistas quanto ao processo de empresarização dos clubes, mas também predominam o mesmo perfil de “especialistas”. Uma pesquisa simples de todos os conteúdos jornalísticos e demais eventos, webinários, palestras, seminários e congressos de gestão esportiva estão tomados pelos mesmos nomes, em sua maioria representantes de firmas de consultoria.

Empresas multinacionais como Ernst Young e BDO, ou empresas locais como Pluri e SportValue, acompanhadas de escritórios menores de advocacia, também especializados em consultoria. Como aponta Rodrigo Braz (2020), o papel central dessas organizações, ao menos a seis décadas, é de conferir legitimidade e especialidade técnica sobre assuntos estratégicos para empresas, investidores e governos. Entretanto, como observa o autor, mais do que apresentar relatórios e estudos detalhados, essas empresas também atuam como interessadas diretas no processo de empresarização dos clubes, dado que observam a abertura de um novo mercado. Serão essas as operadoras das mais diversas etapas que compõem a conversão do clubes: as auditorias, os estudos de impacto, as elaborações de projetos, a avaliação dos valores das ações, a captação de investidores e, como também está indicado, a participação na gestão privada dessas agremiações.

Fundamental observar o futebol - seja ao tratarmos do espetáculo midiático ou dos estádios, seja ao olharmos os clubes como espaço produzido - como uma das mais relevantes vertentes da indústria cultural. Ao que sugere César Bolaño (2008), convém explorá-lo a partir das noções de “publicidade” e “propaganda”, utilizadas por esse autor para designar a “dupla função da indústria cultural”. Em sendo o futebol tal potente e massiva indústria cultural, seu uso para fins de “propaganda”, dentro do conceito aqui aplicado, é protagonizado por grupos políticos dominantes ou pelo próprio Estado, visando a disputa da hegemonia, do controle político e da produção de consensos. A publicidade, por sua vez, deve ser entendida através do uso do futebol para os interesses e objetivos do capital privado, seja em sua dinâmica interna de concorrência, seja nos sentidos ideológicos da legitimação do capitalismo liberal enquanto modo de vida.

Por isso convém observar a discussão da empresarização dos clubes para um sentido muito além do mero debate pretensamente técnico, ou de finalidades meramente gerenciais. Há uma finalidade ideológica profunda que opera dentro desses discursos, seja como resultado concreto de uma hegemonia política há muito consolidada, seja pela ação concreta de atores políticos comprometidos com seu estabelecimento, para posterior usufruto.

Essa doutrina político-econômica característica da renovação do pensamento liberal ascendente na quadra final do século XX, atua através de diversas esferas da vida cotidiana, na conformação de um amplo conjunto de valores, códigos morais e instituições necessárias para a reprodução e naturalização do sistema de produção capitalista. Esse novo liberalismo – identificado por muitos como “neoliberalismo” – se apresenta enquanto regime político-econômico promotor da proeminência dos interesses dos “mercados” sobre a organização social, mas se expressa principalmente, como sugerem Pierre Dardot e Christian Laval (2016, p.17), como uma “governamentalidade”: o estabelecimento de uma lógica normativa generalizada, que atua desde o Estado até a subjetividade individual, passando pela cultura, onde a concorrência se apresenta como norma de conduta e a empresa se impregna como modelo subjetivação.

Estamos, portanto, lidando com um conjunto de proposições de caráter político-ideológico, capazes de aglutinar distintos interesses particulares de ordem política institucional, geopolítica e financeira – que, no final das contas, são apenas facetas distintas do mesmo ambiente de captação e concentração de poder. Ao mesmo tempo, ditas proposições também conformam a ideia de que clubes de futebol – centenárias instituições sociais aglutinadoras de múltiplos e diversos agrupamentos humanos comunitários, pertencivos e afetivos – pode, ou mesmo devem, estar sujeitos ao controle privado e atomizado de grupos específicos de poder político e financeiro, uma vez que essa norma de conduta concorrencial e tal modelo de subjetivação empresarial são apresentados como os únicos caminhos possíveis para o “progresso”.

Cabe-nos ainda questionar os sentidos desse dito “progresso”. Como observam Peter Kennedy e David Kennedy (2016, p.25), a indústria do futebol global deve ser analisada por uma perspectiva capaz de questionar o seu próprio funcionamento desigual e insustentável no que tange à ideia do clube como uma empresa. Para eles, não estamos falando, nem de longe, de uma realidade de sucesso comercial, mas de uma

realidade “da dívida, da falência, da perda do balanço competitivo e um contido ressentimento dos torcedores pela sua exploração financeira enquanto ‘consumidores’ e pela sua falta de poder de decisão”³.

Estamos falando também de uma indústria que faz com que seus principais clubes arrecadem receitas entre 300 e 750 milhões de euros anuais, mas ainda é incapaz de apresentar casos reais e longevos de balanços operacionais positivos. Grandes clubes são os detentores dos maiores passivos financeiros do futebol e só passaram a registrar resultados dignos de serem considerados “positivos” a partir da implantação dos mecanismos do chamado Fair Play Financeiro (FPF) em 2013. Mesmo assim, nos poucos casos de “resultados positivos”, estamos falando de clubes que não alcançam sequer uma margem de lucro de 8%.

No futebol europeu, apesar dos avanços provocados pelo FPF no topo da pirâmide, o primeiro “lucro líquido agregado” só foi registrado em 2017, anotando cerca de €579 milhões. Valor que já caiu drasticamente em 2018, quando foram registrados apenas €140 milhões. Esse resultado positivo só foi possível por causa da alavancagem provocada por um número restrito de países: apenas as ligas da Inglaterra (€382 mi), Espanha (€156 mi), Alemanha (€153 mi), Ucrânia (€37 mi), Holanda (€36 mi), Hungria (€33 mi) e Croácia (€11 mi), apresentaram lucro líquido.

Observe que, em 2018, a soma do lucro líquido dos 20 clubes ingleses da Premier League – em um contexto positivo “fora da curva” –, ainda passa longe das receitas auferidas por um único clube, o Tottenham Hotspurs FC (€430 milhões - a 10ª maior receita do mundo e a 6ª inglesa naquele ano). Já o lucro líquido agregado dos 20 principais clubes espanhóis é menor do que a receita do Sevilla FC (€165 milhões – apenas a 28ª do mundo e 4ª espanhola). A Itália, por sua vez, encerrou 2018 com um prejuízo agregado de €195 milhões. Todos os dados aqui apresentados estão presentes no relatório anual da Divisão de Sustentabilidade Financeira e Pesquisa do Centro de Inteligência da UEFA, sobre o “Financial Year 2018” (UEFA, 2020).

Em suma, a propriedade de clubes de futebol é uma atividade econômica extremamente custosa e arriscada, que raramente entrega resultados financeiros aos seus envolvidos, em que pese o crescente montante financeiro que essa indústria movimentada. E se futebol é esse “brinquedo caro” que poucos têm condições de brincar, por que

³ “(...) it is one of debt, bankruptcy, the loss of competitive balance and a barely concealed resentment amongst fans concerning their financial exploitation as ‘consumers’ and lack of any substantial ‘stakeholder’ input into decision making.”

então interessaria tanto a propriedade dos clubes? Basicamente porque não estamos necessariamente falando de um mercado, mas de um grande parque de diversões de captação e reprodução de poder.

Voltamos, portanto, aos conceitos de “propaganda” e “publicidade” para observar, os quatro principais tipos de proprietários de clubes de futebol no mundo (SIMÕES SANTOS, 2020B):

1) Geopolítica – países como China, Emirados Árabes Unidos e Catar se valendo do futebol como instrumento de “soft power” (LEITE JUNIOR e RODRIGUES, 2020a e 2020b);

2) Política eleitoral/institucional – o uso de clubes para finalidades políticas eleitorais, valendo-se do seu poder de atração (SAMPEDRO CONTRERAS, 2020; RUETE et al, 2020);

3) Mercado de capitais – a entrada ou proeminência conquistada pelos proprietários, atraindo investidores para suas outras empreitadas, essas sim altamente lucrativas, diferente do clube (VIÑAS, 2020; MUÑOZ, 2020);

4) Os alheios/aventureiros – geralmente sujeitos de baixa reputação, por vezes má índole, que podem tanto estar usando clubes para movimentações ilícitas, quanto para penetrar em uma elite política e financeira à qual não teria acesso por outros meios tradicionais (SIMÕES SANTOS, 2020; CAMPOS MUÑOZ, 2020).

Em todos esses casos, guardadas as suas devidas proporções, fica claro que os clubes resumem-se a ferramentas de captação de poder. Portanto, o “brinquedo caro” é, sim, recompensador, ainda que não seja lucrativo.

Considerações finais

Nesse breve artigo levantamos uma série de elementos centrais na discussão sobre o processo de empresarização dos clubes de futebol pelo mundo, lançando luz no novo processo que desenrola no Brasil. Em um primeiro momento foram apresentadas as diferenças e particularidades de cada movimento de empresarização em alguns países centrais; para posteriormente voltarmos a discutir as tentativas brasileiras de regulamentação da matéria ainda nos anos 1990. Com tais pressupostos à disposição, desenvolvemos uma discussão sobre a necessidade do estabelecimento de conceitos capazes de fomentar uma análise crítica, científica e independente sobre a temática. Dados os interesses particulares que movem importantes atores políticos e econômicos

envolvidos no debate público da empresarização dos clubes brasileiros, cabe à comunidade acadêmica do futebol levantar os fatos concretos e controversos que questionam e tensionam as promessas e pretensas soluções sugeridas pelos principais formadores de opinião no Brasil. O artigo teve como base os estudos presentes na coletânea “Clube Empresa: abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol”, organizada por Irlan Simões Santos, 2020a.

REFERÊNCIAS

BOLAÑO, C. Comunicação e a crítica da economia política: perspectivas teóricas e epistemológicas. São Cristóvão: Editoria UFS, 2008.

BORGES, Fernando. Acabou o amor: o processo de divórcio entre clube e SAD em Portugal. In. SANTOS SIMÕES, Irlan (Org.). **Clube Empresa: abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol**. Rio de Janeiro: Corner, 2020, pp. 98-119.

BRAZ, Rodrigo. As Firmas Multinacionais de Consultoria na Privatização da Telebrás: Um Modelo para o Capital Estrangeiro. In. DOURADO, M.; FIGUEIREDO, C.; SANTOS, A.. **30 anos de Economia Política da Comunicação e o Brasil pós-golpe**. São Cristóvão: Ulepícc-Brasil, 2020. Disponível em: <https://ulepicc.org.br/ebook-30-anos-de-epc-o-brasil-pos-golpe/>. Acesso em: 11 out 2020.

CÂMARA DOS DEPUTADOS, Comissão do Esporte – Proposta Clube Empresa do Deputado Pedro Paulo., 2019. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/cespo/audiencias-publicas/audiencias-publicas-2019/parecer-ao-pl-5082-2016-1>. Acesso em: 12 out 2020.

CAMPOS MUÑOZ, Sebastián. Sociedades anónimas deportivas no Chile: o declínio do futebol social. In. SANTOS SIMÕES, Irlan (Org.). **Clube Empresa: abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol**. Rio de Janeiro: Corner, 2020, pp. 120-131.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Editora Boitempo, 2016.

FERREIRA, Daniel; FIGOLS, Victor de Leonardo. Ley de Deporte na Espanha e o modelo de sociedad anónima deportiva: um balanço dos últimos 30 anos. In. SANTOS SIMÕES, Irlan (Org.). **Clube Empresa: abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol**. Rio de Janeiro: Corner, 2020, pp. 72-97.

KENNEDY, David; KENNEDY, Peter. Football in Neo-Liberal Times: A Marxist Perspective on the European Football Industry. Routledge, 2016.

LEITE JUNIOR, Emanuel; RODRIGUES, Carlos. Faixa, rota e bola: o futebol como instrumento de soft power chinês. In. SANTOS SIMÕES, Irlan (Org.). **Clube Empresa: abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol**. Rio de Janeiro: Corner, 2020, pp. 266-297.

LEITE JUNIOR, Emanuel; RODRIGUES, Carlos. “Soft power” e futebol: os casos de Catar, Emirados Árabes Unidos e Arábia Saudita. In. SANTOS SIMÕES, Irlan (Org.). **Clube**

Empresa: abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol. Rio de Janeiro: Corner, 2020, pp. 298-331.

MACEDO, Edgar; SILVA, Rui. Club de Futebol “Os Belenenses”: síntese histórica de um Clube grande e histórico em Portugal. In. SANTOS SIMÕES, Irlan (Org.). **Clube Empresa:** abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol. Rio de Janeiro: Corner, 2020, pp. 162-177.

MOTTA, Luciano. **O mito do clube-empresa.** Sporto, 2020.

PISANI, João Ricardo. Multi-club ownership: um novo estágio da globalização dentro do futebol. In. SANTOS SIMÕES, Irlan (Org.). **Clube Empresa:** abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol. Rio de Janeiro: Corner, 2020, pp. 332-355.

PRONI, Marcelo Weishaupt. *A Metamorfose do Futebol.* Campinas: Unicamp, 2000

RAVECCA, Lucia. Racing Club de Avellaneda: os torcedores do Racing e a mercantilização do futebol. In. SANTOS SIMÕES, Irlan (Org.). **Clube Empresa:** abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol. Rio de Janeiro: Corner, 2020, pp. 202-227.

RUETE, Gabriel; TAPIA, Daniela; DÍAZ, Sebastián; ROSSELOT, Santiago; ALBORNOZ, Daniel. Club Universidad de Chile: recuperar o clube para os seus torcedores, superando o fracasso das S.A. In. SANTOS SIMÕES, Irlan (Org.). **Clube Empresa:** abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol. Rio de Janeiro: Corner, 2020, pp. 178-201.

SAMPEDRO CONTRERAS, Moisés. Sevilla Fútbol Club: a luta pelo patrimônio dos seus torcedores. In. SANTOS SIMÕES, Irlan (Org.). **Clube Empresa:** abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol. Rio de Janeiro: Corner, 2020, pp. 152-161.

SIRANGELO, Marco. A raiz do problema: o declínio do futebol brasileiro após o período das parcerias. In. SANTOS SIMÕES, Irlan (Org.). **Clube Empresa:** abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol. Rio de Janeiro: Corner, 2020, pp. 228-239.

VIÑAS, Carles. O modelo societário do futebol alemão: uma referência de sucesso em questão. In. SANTOS SIMÕES, Irlan (Org.). **Clube Empresa:** abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol. Rio de Janeiro: Corner, 2020, pp. 240-265.

SANTOS SIMÕES, Irlan (Org.). **Clube Empresa:** abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol. Rio de Janeiro: Corner, 2020a.

SIMÕES SANTOS, Irlan. Clube-empresa: histórico, impactos reais e abordagens alternativas. In. SANTOS SIMÕES, Irlan (Org.). **Clube Empresa:** abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol. Rio de Janeiro: Corner, 2020b, pp. 28-69.

UEFA. **The European Club Footballing Landscape – Club Licensing Benchmarking Report – Financial Year 2018.** Financial Sustainability & Research Division / UEFA Intelligence Centre. Disponível em:

https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/OfficialDocument/uefaorg/Clublicensing/02/63/79/75/2637975_DOWNLOAD.pdf. Acesso em: 11 out 2020.